

**MANAJEMEN PRODUKSI *INSIDE THE GAMES* PADA
OFFICIAL YOUTUBE “PSS TV” SEBAGAI UPAYA BRANDING PS
SLEMAN TAHUN 2019**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



UMY

**UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA**

Unggul & Islami

Disusun oleh:

Fakhri Zuhdi Muntaha

20160530219

ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fakhri Zuhdi Muntaha

NIM : 20160530219

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Broadcasting

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Manajemen Produksi Inside The Games Pada Official Youtube PSS TV Sebagai Upaya Branding PS Sleman Tahun 2019”** adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Yogyakarta, April 2021



Fakhri Zuhdi Muntaha

MOTTO

Berjalan tak sesuai rencana adalah jalan yang sudah biasa

Jalan satu satunya , jalani sebaik kau bisa

(GAS/FSTVLST)

-Farid Stevy Asta-

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur yang dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, berkah dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Salawat serta salam dihaturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW atas segala perjuangan dan kasih sayangnya yang sudah membawa kita ke jaman modern ini. Alhamdulillah, tak hentinya juga bersyukur peneliti bisa sampai pada akhir skripsi ini dengan judul “**Manajemen Produksi Inside The Games Pada Official Youtube PSS TV Sebagai Upaya Branding PS Sleman Tahun 2019**” guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata (S-1), Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Skripsi ini tidak akan pernah terlaksana tanpa doa, dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Karenanya, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Orang Tua** atas dukungan dan semangatnya selama ini serta doa kepada anak-anaknya yang tidak pernah putus.
2. **Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P.** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. **Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.** selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi atas segala dukungan yang diberikan, sehingga skripsi ini selesai.

4. **Muhammad Muttaqien, S.I.Kom, M.Sn.** selaku dosen Pembimbing Skripsi atas kesabaran, ketulusan, dan waktu yang tidak pernah habis untuk membimbing dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. **Krisna Mulawarman, S.Sos, M.Sn.** selaku dosen penguji satu yang sudah berbaik hati memberikan masukan dan waktunya untuk kesuksesan skripsi ini.
6. **Erwan Sudiwijaya. S.Sos., MBA., MA.** selaku dosen penguji dua yang sudah berbaik hati memberikan masukan dan waktunya untuk kesuksesan skripsi ini.
7. **Dosen-dosen Ilmu Komunikasi** untuk ilmu, waktu, pengalaman dan kesabaran yang telah diberikan.
8. **Pak Jono, Pak Mur, dan Mbak Siti** atas waktu, kesabaran, dan tenaganya untuk selalu bersedia direpotkan sejak awal perkuliahan, skripsi, dan revisi-revisi hingga selesai.
9. **Official Media PS Sleman** untuk kesempatan yang telah diberikan untuk pengalaman bekerja serta informasi-informasi yang mendukung dalam penelitian ini.
10. **Rinaldi Bagaskara dan Ardita Nurzulkarnaen Azmi** selaku Videographer dan Administrator Media Official PSS TV yang sudah memberikan waktu dan tenaganya untuk membantu menyelesaikan data skripsi.
11. **Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016** atas kebaikan dan kesempatan untuk menjadi warga komunikasi yang asik.
12. **Kelompok Belajar Cacing** Sebuah kelompok belajar yang dibuat khusus untuk saling berkordinasi mengenai skripsi , walaupun sebenarnya lebih sering

berfungsi sebagai grup makan malam. **Aji Hangat , Tomas , Agoy , Yahya , Ajie NH , dan Dion.** Tak sumpahin kalian sukses semua

13. **KOMAKOM dan KOMPUTER16** Sebuah keluarga yang berkedok organisasi mengajarkan kami banyak hal. 3 tahun berproses bersama dan tentu tidak bisa saya balas atas berjuta pengalaman dan ilmunya. **Aji NH , Aji Hangat , Tomas , Rera , Eno , Indita , Anindita , Nuris , Sari , Rani , Arfan , Dias , Dirja , Abi , Temy, Agoy**
14. **CRJ Crew** sebagai tempat bersenang senang dan bekerja , **Mas Ibnu , Om Bay , Mba Karin , Fajar , Faris , Farid Sarjana Pertanian , Bro Rin , Adit , Kyara , Mas Bbx dan seluruh barista.** Terkhusus **Naye Geraldine** yang selalu menemani dalam tiap proses serta kesabaran yang tak terhingga.
15. Serta semua pihak yang membantu skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, peneliti tetap mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk pembelajaran dan menjadi lebih baik ke depannya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 10 Maret 2021



Fakhri Zuhdi Muntaha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	12
C. TUJUAN PENELITIAN.....	12
D. MANFAAT PENELITIAN	12
E. KERANGKA TEORI	13
1. Media Baru.....	13
2. Youtube Sebagai Media Sharing.....	20
3. Manajemen Produksi.....	23
4. Proses Produksi Video.....	27
5. <i>Branding</i> Bagi Klub Olahraga.....	30
F. PENELITIAN TERDAHULU	30
G. METODE PENELITIAN	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Objek Penelitian	33

3. Teknik Pengumpulan Data	33
4. Teknik Analisis Data.....	36
H. SISTEMATIKA PENULISAN	37
BAB II GAMBARAN UMUM	39
A. SEJARAH SINGKAT PS SLEMAN.....	39
B. DIVISI MEDIA OFFICER DAN PROFIL PSS TV	41
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
A. SAJIAN DATA	49
1. Proses Produksi Video	49
a. Pra Produksi.....	50
b. Produksi	55
c. Pasca Produksi	63
B. PEMBAHASAN	68
a. Pra Produksi.....	69
b. Produksi	72
c. Pasca Produksi	77
d. Hubungan Produksi <i>Inside The Games</i> terhadap <i>branding klub</i>	82
BAB IV PENUTUP	84
A. KESIMPULAN.....	84
B. SARAN.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Survei We Are Social.....	2
Gambar 1.2. Liga 1 <i>Statistic</i>	7
Gambar 1.3. <i>Screenshoot</i> konten Inside The Games	11
Gambar 1.4. Logo Youtube.....	22
Gambar 2.1. Logo PS Sleman.....	41
Gambar 2.2. Inside The Games.....	46
Gambar 2.3. Press Conference	47
Gambar 2.4. Official Training.....	47
Gambar 2.5. Goes To School	48
Gambar 2.6. Tampilan Youtube PSS TV	48
Gambar 3.1. Media Room PS Sleman	56
Gambar 3.2. Momen Foto Pemain Pre-Match	62
Gambar 3.3. Momen Proses Produksi Inside The Games.....	63
Gambar 3.4. Pemetaan Shootlist dan Storyboard.....	73
Gambar 3.5. Pemetaan Shootlist dan Storyboard.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.Jumlah <i>Subscriber</i> Official Youtube Klub Liga 1 2019.....	5
Tabel 1.2.Jumlah Viewers PSS TV Tahun 2019	9
Tabel 3.1.List Alat Produksi Inside The Games	57
Tabel 3.2.Pemetaan <i>Shoot list</i> Inside The Games	59

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1.Struktur Divisi Media Officer PS Sleman	43
Bagan 2.2.Deskripsi Tugas Manager	44
Bagan 2.3.Deskripsi Tugas Admin Media Official.....	44
Bagan 2.4.Deskripsi Tugas Fotografer.....	45
Bagan 2.5.Deskripsi Tugas Videografer	45
Bagan 3.1.Struktur Organisasi PSS TV	52
Bagan 3.2.Tahapan Pasca Produksi Inside The Games	63
Bagan 3.3.Tahapan Pra Produksi Inside The Games	70
Bagan 3.4.Alur Pasca Produksi Inside The Games.....	81